# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1 Konteks penelitian

Media adalah alat komunikasi massa yang terbagi ke dalam dua bagian besar yaitu media cetak (statis) dan media audio-visual (dinamis). Yang termasuk ke dalam kelompok media statis adalah bahan-bahan cetak (print) seperti buku, poster, selebaran dan sebagainya (Shoemaker, 1995). Sedangkan media audio-visual yang bersifat dinamis dilengkapi dengan teknologi canggih, seperti televisi dan film. Kemunculan media massa telah menyediakan jalan bagi masuknya studi ekonomi politik media.

Industri-industri media menyediakan seluruh elemen yang dibutuhkan dalam mempelajari proses ekonomi dan politik di dalamnya. Para penyedia isi, menawarkan informasi dan hiburan, menjadi pemasok dan di sisi lain yang menjadi pembeli adalah para konsumen dan pemasang iklan. Hakikat media tidak dapat dipisahkan dari keterhubungan antara ranah publik dan privat.

Media massa menjadi perantara (*mediating*) dua wilayah ini untuk menciptakan atau menemukan kemungkinan (atau ketidakmungkinan) terciptanya hidup bersama (Shoemaker, 1995). Dalam pemahaman ini, apa yang disebut sebagai media massa terbentang cukup luas mulai dari arena fisik seperti pengadilan, alun-alun, teater, tempat-tempat pertemuan hingga televisi, surat kabar, radio dan ruang-ruang interaksi sosial lainnya. Media memainkan peran sentral di dalam perkembangan masyarakat kita, oleh karena itulah, media kemudian menjadi terkontestasi. Media massa pada umumnya terkait dengan aspek budaya, ekonomi dan politik sebagai suatu kesatuan yang saling mempengaruhi. Media massa merupakan institusi sosial pembentuk definisi dan citra realitas sosial, serta ekspresi identitas yang dihayati bersama secara komunal (Sunarto, 2009).

Begitu juga apabila media massa dilihat dari aspek politik media massa memberikan ruang dan arena bagi terjadinya diskusi aneka kepentingan berbagai kelompok sosial yang ada di masyarakat dengan tujuan akhir untuk menciptakan pendapat umum sebagaimana yang diinginkan oleh masing-masing kelompok sosial tersebut. Dari aspek ekonomi, media massa merupakan institusi bisnis yang dibentuk dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan secara material bagi pendirinya.

Media massa dengan *jargon* kebebasan ternyata tidak lepas dari semangat *patriarki* yang tentunya memberikan implikasi pada kebijakan redaksional, baik disengaja atau tidak. Bahkan media massa dengan dunia jurnalistiknya dapat dikatakan sebagai wilayah yang paling kentara memposisikan wanita dalam konteks dikotominya dengan pria sebagai *rival-*nya. Di media massa citra perempuan terasa “meriah”, ia menyita sebagian besar produk jurnalistik, mulai dari *cover* majalah, pajangan utama infotainment, iklan televisi sampai berita-berita yang berkenaan dengan *perempuan* ataupun *perempuan berpolitik*. Media cetak, radio, televisi, film, internet dan bentuk-bentuk akhir teknologi media lainnya telah menyediakan definisi-definisi untuk menjadi laki-laki atau perempuan, membedakan status-status seseorang berdasarkan kelas, ras, maupun seks.

Perempuan tidak bisa dilepaskan dari semangat gerakan feminisme yang diawali oleh persepsi perihal ketimpangan posisi perempuan dibandingkan posisi pria di masyarakat. Di mana pria digambarkan sebagai sosok yang mendominasi dan perempuan sebagai sosok yang didominasi. Gambaran tersebut akan lebih kasat mata ketika kita membedah media massa sebagai media sosialisasi nilai-nilai kultural suatu masyarakat. Perempuan akan senantiasa menarik, apalagi jika dihubungkan dengan media massa yang setiap hari kita nikmati, dari mulai media cetak yang mulai *provokatif* dan media elektronik yang semakin *atraktif*. Persoalan gender sebenarnya tersimpan di dalam tubuh organisasi media itu sendiri. Untuk menjalani profesi yang berada di *male dominated route*, misalkan jurnalis perempuan harus dapat membuktikan kemampuan mereka tiga kali lipat daripada jurnalis laki-laki.

Di balik yang ditampilkan media massa secara dominan, ada kepentingan modal, ideologi, dan asumsi kultural yang dianut pengelola media serta masyarakat pada umumnya. Dalam masyarakat patriarki, ideologi dan asumsi kultural itu semuanya bertitik tolak dari pengalaman, sudut pandang, kepentingan dan nilai laki-laki (Lan, 2002:xiii). Pada level struktural, masyarakat yang diwarnai pemusatan kekuasaan oleh birokrasi negara kerap menanggapi media menjadi lebih adaptif dan akomodatif terhadap intervensi atau tekanan luar (Siregar, 1999:97). Kesetaraan perempuan dan laki-laki tidak cukup hanya dengan memperjuangkan kesempatan yang sama. Kesetaraan terwujud dalam pengambilan ruang-ruang penafsiran dan penciptaan makna yang memungkinkan perempuan ikut mendefinisikan kembali peran-peran mereka.

Partisipasi dan akses perempuan mengemukakan pendapat dan mengambil keputusan dalam dan melalui media memang penting. Lebih penting lagi proses pembangkitan kesadaran kritis baik kesadaran mereka yang bergerak di bidang media massa maupun anggota masyarakat secara umum “perempuan dan laki-laki” untuk memahami dan membongkar elemen penindasan, termasuk yang bersembunyi di tatanan simbolik (Lan, 2002:35). Antropolog Kartini Syahrir mengatakan bahwa perempuan menjadi perbincangan, karena ia di samping menjadi subyek juga menjadi obyek, di dalam dirinya, perempuan mengaktualisasikan pikiran-pikiran, kehendak-kehendak, dan tujuan hidupnya. Tetapi di lain pihak, karena wujud fisik yang dimilikinya, dia menjadi “sasaran” dari anggota masyarakat di mana ia berada. Dan posisi kedua inilah yang sering dialami perempuan. Dalam perannya sebagai obyek ini, perempuan dilihat sebagai makhluk yang memiliki keterbatasan gerak dan dia berfungsi tak lebih dari sekedar pemenuh kebutuhan ekonomi, sosial, dan rohani dari anggota masyarakat. Seperti halnya dalam tayangan infotainment saat ini atau kita lihat *cover* majalah hampir semuanya menampilkan perempuan, dan perempuan yang dipilih harus memiliki kriteria: cantik, muda, masih lajang, kalau sudah bersuami sedang dilanda keretakan, atau menjanda, dan lain-lain yang jarang sekali berhubungan dengan kualitas pribadi yang bersangkutan. Perempuan memang memiliki daya tarik lebih dari pria, baik sebagai pajangan sampul, pusat “gosip” atau juga sebagai nara sumber.

Di dunia jurnalistik kondisi perempuan lebih banyak terlibat dalam fungsinya sebagai *cover* dan model majalah atau sumber untuk diberitakan atau “digosipkan” daripada sebagai penuang gagasan. Kentalnya peran ini juga akan dapat terasa jika kita melihat bahasa yang digunakan media massa yang sebenarnya sangat berpengaruh pada persepsi dan cara pandang pembaca atau pemirsa terhadap sesuatu hal. Bahkan bahasa berpengaruh terhadap gerak fisik manusia yang menggunakan, lewat sugesti-sugesti yang diberikan oleh kata tertentu. Bahasa dengan “kekuatan tersembunyi“ mampu melestarikan nilai dalam masyarakat dan mendorong masyarakat melakukan aksi-aksi sosial berdasarkan keyakinan yang dikristalkan dengan bahasa. Maka ketika bahasa digunakan oleh media massa maka ia memiliki tanggung jawab “lebih”, karena akan dikonsumsi dan berpengaruh memperkuat *stereotype* pada pemirsa yang *heterogen*. Perspektif gender sebagai perwujudan kesadaran kritis pengelola dan pekerja media massa perlu dijalankan baik oleh laki-laki maupun perempuan. Kesadaran gender tidak terkait jenis seksualitas individu. Pengalaman subjektif jurnalis perempuan mempengaruhi kelahiran karya dan kerja jurnalistik yang sensitif gender atau bahkan sebaliknya.

Melalui Pasal 8 UU No. 40 Tahun 1999 – tentang Pers bahwa “Dalam melaksanakan profesinya wartawan mendapat perlindungan hukum” dan dalam Pasal 2 Kode Etik Jurnalistik No. 3 Tahun 2006 bahwa “Wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik. Seperti yang dituangkan oleh Uni Lubis dalam Forum Jurnalis Perempuan Dewan Pers tentang “Jurnalis Perempuan Indonesia-bekerja Dua Kali Lebih Keras”

Salah satu yang perlu diperhatikan saat membahas kaum perempuan sebagai jurnalis adalah tingkat dan standar kesejahteraan mereka sebagai karyawan. Pada APEC CEO Summit 2013 di Vladivostok, Rusia, yang diselenggarakan pada bulan September 2013, sudah disusun bahan rekomendasi standar kerja untuk perempuan yang berkaitan dengan fleksibilitas tugas-tugas, fasilitas untuk anak dan lain-lain. Rekomendasi tersebut menunjukkan perubahan paradigma lama yang merujuk kepada kewajiban bekerja di kantor. Dengan posisi perempuan yang merupakan tiang keluarga serta profesi jurnalis yang tidak kenal waktu, maka fleksibilitas waktu di tempat kerja merupakan suatu terobosan besar. Yuli Ismartono dari Tempo menyatakan bahwa dengan kemajuan teknologi, maka jurnalis perempuan dapat menggunakan teknologi sebagai dukungan dalam bekerja. Jurnalis dapat bekerja secara remote. Yuli menceritakan bahwa penugasannya ke daerah-daerah konflik seperti Irak, Lebanon, Vietnam, dan Sri Lanka lebih kepada alasan praktis karena saat itu ia sedang berada di luar negeri dan mudah mencapai tempat-tempat tersebut. Ia mengakui bahwa sebagai perempuan, ia baru dapat bekerja dengan cukup leluasa setelah anak-anaknya sudah besar, dan dapat ditingggalkan kepada suaminya atau keluarganya. Dukungan keluarga, yakni dari suami maupun orang tua, juga diakui oleh Ninuk Mardiana Pambudi dari Kelompok Kompas. ia menyatakan institusi tempatnya bekerja tidak membedakan laki-laki ataupun perempuan dalam memberlakukan penugasan maupun promosi. Ia menambahkan bahwa ia membuat beberapa kesalahan dalam menanggapi respon negatif dari rekan-rekan sekerjanya, akan tetapi dengan seiring berjalannya waktu, kedua belah pihak mengambil hikmahnya dan belajar menyesuaikan diri dengan perbedaan yang ada di antara kaum perempuan dan pria. Ninuk menyatakan bahwa ia dalam mempelajari kesalahannya lantas memfokuskan diri kemampuannya, sehingga berprestasi di bidang tersebut. Pesannya kepada para jurnalis perempuan adalah wartawan bekerja tidak mengenal waktu, oleh sebab itu wanita harus bekerja dua kali lebih keras untuk dapat membuktikan dirinya sendiri.

Namun demikian, saat ini di Bandung, jurnalis perempuan tetap mengalami kesulitan yang sama dengan jurnalis perempuan di daerah lain. Mereka juga mengalami diskriminasi dalam hal penugasan serta dalam hal pengembangan dan promosi karier. Rata-rata jurnalis perempuan hanya ditugaskan untuk meliput masalah domestik. Ada catatan penting tentang diskriminasi terhadap jurnalis perempuan di Bandung yakni pelaku pelecehan kepada mereka rata-rata adalah aparat pemerintah. Secara tegas Khairiah Lubis meminta agar jurnalis perempuan mendapatkan pelatihan jurnalistik dan pemenuhan hak-hak mereka sebagai pekerja dengan pemberian fasilitas biaya melahirkan dan biaya kesehatan. Saat ini jurnalis perempuan diperhitungkan sebagai wanita lajang sehingga tidak mendapatkan fasilitas kesehatan, asuransi dan lain-lain”.

“Tidak dimaksudkan untuk meminta fasilitas berlebih, apalagi memanjakan jurnalis perempuan. Jurnalis perempuan memang memiliki perbedaan secara fisik dan kodrat dibanding jurnalis pria. Tantangannya adalah menutupi perbedaan itu dengan kelebihan jurnalis perempuan, misalnya soal ketelitian, ketekunan, kemampuan riset dan mendapatkan sudut pandang pemberitaan yang lebih berpihak pada isu kemanusiaan dan sosial kemasyarakatan, tutur Uni Lubis.

## 1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

## 1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan Konteks Penelitian diatas, maka peneliti memfokuskan penelitian pada: “*Bagaimana Eksistensi Wartawati Di Media Kota Bandung”*

## 1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah di kemukakan diatas, maka peneliti mengindentifikasi masalah yang akan di teliti sebagai beriukut:

1. Bagaimana jurnalis perempuan di media itu sendiri mengambil posisi dan perannya dalam kerja pada setiap media?
2. Bagaimana membedakan jurnalisme yang memiliki sensitivitas gender dan jurnalisme yang tidak memiliki sensitivitas gender ?
3. Mengapa media massa menjadi sasaran strategis bagi alat untuk menyuarakan identitas, keterwakilan dan kepentingan perempuan ?
4. Bagaimana ekspresi perempuan ketika membagikan foto dan videonya kedalam sebuah media sosial seperti Instagram, facebook dan twitter ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui jurnalis perempuan di media itu sendiri mengambil posisi dan perannya dalam kerja pada setiap media.
2. Untuk Mengetahui perbedaan jurnalisme yang memiliki sensitivitas gender dan jurnalisme yang tidak memiliki sensitivitas gender
3. Untuk mengetahui media massa menjadi sasaran strategis bagi alat untuk menyuarakan identitas, keterwakilan dan kepentingan perempuan
4. Untuk mengetahui ekspresi perempuan ketika membagikan foto dan videonya kedalam sebuah media sosial seperti Instagram, facebook dan twitter ?

## 1.4 Kegunaan Penelitian

Manfaat penelitian ini berguna bagi pembelajaran suatu ilmu dan dapat memberikan pengetahuan maupun wawasan serta memberikan bahan masukan tentang pengembangan Ilmu Komunikasi. Khususnya dalam manfaat teoritis dan manfaat praktisi.

## 1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan ilmu komunikasi terhadap pengaplikasian wacana gender dalam jurnalistik.

## 1.4.2 Kegunaan Praktisi

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan ilmiah, pemikiran, dan ide segar serta pengaruh yang signifikan, dan sarana untuk memahami peran jurnalisme di indonesia.